



UOT 339.132:339.133:339.175
JEL L81

İSMAYILOV V.A., doktorant
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

İSTEHLAK BAZARININ SƏMƏRƏLİ FƏALİYYƏTİNİN MEYARLARI

Xülasə

Təqdim olunan məqalə Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin inkişaf perspektivləri göstərilmişdir. Eyni zamanda, Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarının müasir fəaliyyəti tədqiq edilmiş, problemləri və inkişaf perspektivləri geniş şərh edilmiş, səmərəli fəaliyyətinin yolları göstərilmişdir.

Dünya təcrübəsindən məlumdur ki, istehlak bazarının düzgün tənzimləməsi, sosial – iqtisadi inkişafın əsas meyarlarında biri hesab edilir. Bu baxımdan müasir dövrün tələbləri baxımından, mövzu aktualdır. Maraqlı müqayisələri ilə diqqəti cəlb edir. Müəllif məqalədə Azərbaycan Respublikasının istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinə mane olan problemləri və onların həllinə aid təklif və tövsiyələr irəli sürmüşdür.

Açar sözlər: istehlak bazarı, istehlak malları və xidmətləri, əmtəə bazarı, əmtəə istehsalçıları, istehlak bazarı, ticarət sahəsi, əmtəələrin idxalı, tələb və təklifinin strukturu.

GİRİŞ

İstehlak malları bazarı mürəkkəb bir sistem olmaqla bütövlükdə əmtəə bazarının formalaşmasının və inkişafının təməlini təşkil edir. Bu baxımdan, məhz istehlak bazarında istehlakçıların və ticarət sferasının maraqları uzlaşır.

Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının nəticələrinin təhlili göstərir ki, Azərbaycan Respublikasında sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı, pərakəndə mal dövriyyəsi, əmtəələrin idxalı və ixracı kimi ən vacib göstəricilər inkişaf etməkdədir. Bu inkişafa birbaşa və dolaylı yolla dünya iqtisadiyyatında yaranmış maliyyə böhranının mövcudluğu, istehlak malları və xidmətləri bazarının sosial - iqtisadi və təşkilati aspektlərinin bir sıra mürəkkəb problemləri təsir göstərmişdir. Məhz bunun nəticəsi olaraq, aşağıdakı hallar müşahidə olunmaqdadır:

- istehlak mallarının tələb və təklifinin strukturu və həcmələri üzrə tarazlığın olmaması;
- istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və əhəlinin mallar və xidmətlərlə təchiz olunması üzrə qeyri-səmərəli mexanizmin olması;
- əmtəə istehsalçıları, sənaye, kənd təsərrüfatı və ticarət arasında iqtisadi-təşkilati qarşılıqlı təsir mexanizmlərinin olmaması;

- ölkədə istehsal olunan malların xarici bazarların keyfiyyət göstəricilərindən aşağı olmasını;
- istehlak mallarının idxalı və ixracı arasında rəqabət nisbətin olmamasını da əlavə etmək olar.

Bu baxımdan, istehlak malları bazarının səmərəli inkişafının həll olunması üçün yaranmış bu problemlərin aradan qaldırılması olduqca əhəmiyyətli sayılır. Yaranmış problemlərin aradan qaldırılması üçün, aşağıdakı məsələlərin ardıcıl həll olunması lazımdır. Qeyd edilən məsələlər bunlardır:

- əmtəə istehsalçılarının ərzaq və qeyri-ərzaq bazarlarının tədqiqini;
- bazar iqtisadiyyatı şəraitində şaxələnməni (diversifikasiyanı) və rəqabət mühitini, istehlak bazarının idarə edilməsinin təşkilati mexanizminin təkmilləşdirilməsi;
- topdansa satış əmtəə bazarı sistemlərini, pərakəndə satış mal bazarını və satışların idarəedilməsini, iaşə və xidmətlər bazarını, istehlak bazarı subyektlərinin bazar şəraitində idarəedilməsini

əhatə edən lazımi səviyyədə geniş və sistemli yanaşmanın yüksək səviyyəyə çatdırılması.

Dünya təcrübəsini nəzərə almaqla, bütün bu deyilənlər Azərbaycan Respublikasında bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehlak malları və xidmətləri bazarının elmi öyrənilməsi və kompleks tədqiq olunması zərurətini, istehlak bazarının fəaliyyət meyarlarından səmərəli istifadə olunmasını ön plana çəkir. Bu baxımdan, istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin meyarlarının formalaşması qanunauyğunluları və sosial iqtisadi əhəmiyyətinə diqqət yetirilməsi olduqca vacib amillərdən hesab olunur.

İstehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin meyarlarının formalaşması qanunauyğunluqları və sosial iqtisadi əhəmiyyəti

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sosial-iqtisadi böhranların təsirinə daha tez məruz qalan sahələrdən biri də istehlak bazarlarıdır. İstehlak bazarı ictimai təkrar istehsalın digər mərhələləri ilə qarşılıqlı əlaqə şəraitində tədqiq və təhlil olunur. Məhz bu baxımdan, bazar iqtisadiyyatında istehsal və təklif olunan əmtəə, xidmətlərin hamısını satmaq üçün alıcılar (istehlakçılar) stimullaşdırılmalıdır. Bu zaman istər bazarın daxili, istərsə də xarici amilləri ilə qarşılıqlı surətdə nəzərdən keçirilərək öyrənilməsi, təhlil və tədqiq olunması tələb olunur. Göstərilən metodoloji prinsiplər bazarın öyrənilməsində onun bütün struktur elementlərinin və bunların qarşılıqlı təsirinin nəzərə alınmasını tələb edir. Bəzi hallarda, tədqiqatçılar bazarın tərkib hissələrinin qarşılıqlı əlaqəli təsirini nəzərə almır, istehlak prosesinin öyrənilməsi işinə dərin yanaşmırlar ki, bu da səhv addım kimi dəyərləndirilir. Məhz bu baxımdan, istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin meyarlarının formalaşması qanunauyğunlularının sosial - iqtisadi əhəmiyyəti aktual məsələlərdəndir.

Sosial – iqtisadi quruluş tarixin müxtəlif formalarında, əvvəlkinə nisbətən müəyyən üstünlüyə malik olmaqla inkişaf etmişdir. Bu baxımdan, XX əsrin iqtisadi şəraiti həm özünün sosial – iqtisadi mahiyyətinə, həm də cəmiyyət üçün məcmu effektivliyinə görə fərqlənmişdir. Bu fərq onu iki istiqamətdə: istehsalın və ictimai məhsulun bölüşdürülməsinin idarə edilməsi sahəsində, inzibati-əmirlik metodlarına (əmtəəsiz iyerarxiyaya strukturunda təşkil edilmiş planlı idarəetməyə) əsaslandığı halda, digəri əsasən bazar (dəyər qanununda hərtərəfli istifadəyə əsaslanan özü tənzimlənən və tənzimlənən bazar mexanizmi) meyarlarına söykənir. Bu iki tip tarixi tələbat baxımından, iqtisadi formasiyanın mahiyyətindən doğan aktual məsələlərin həll edilməsinə istiqamətlənməsinə baxmayaraq, hər iki tip arasında prinsipial fərqlər mövcuddur. Başqa sözlə bunu aşağıdakı kimi izah etmək olar:

- ictimai istehsal və onun ayrı hissələrinin təkrar istehsalı vahid proqram əsasında həyata keçirilir;
- qəbul olunan plan cəmiyyətin maraqları baxımından, fəaliyyət mexanizminin son nəticələrinin mahiyyətini və məzmununu təşkil edir;
- bütün iyerarxiya səviyyəsində təsərrüfat və idarəetmə sisteminin müstəqilliyi və təşəbbüskarlığı son nəticələrin alınması zamanı təzahür etmiş;
- bazarın tələbatı öyrənilmədən malların istehsal edilməsi riski olduğundan, istehlak bazarının səmərəlilik effekti öyrənilir.

Dünya ölkələri içərisində özünə layiqli yer tutması üçün, Azərbaycan Respublikası iqtisadiyyatının hərtərəfli inkişafına xüsusi diqqət yetirir. Məhz bu səbəbdəndir ki, Azərbaycanda istehlak bazarının fəaliyyət potensialının inkişaf meyarları dövrün tələbləri baxımından öz aktuallığı ilə seçilir.

Azərbaycanda istehlak bazarının inkişaf meyarları

Son illərin statistik göstəricilərinə əsasən, istehlak bazarı fəaliyyət göstərdiyi ölkənin sosial-iqtisadi sistemində kifayət qədər formalaşaraq inkişaf etmişdir. Bu göstərici onu sübut edir ki, ölkənin sosial-iqtisadi potensialından istehlak bazarının gələcək inkişaf perspektivlərinin səmərəli fəaliyyət göstərməsinin yüksək olması olduqca aktual məsələlərdəndir.

Azərbaycan Respublikasının istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin daha da yaxşılaşdırılması üçün, sosial-iqtisadi sistemin xarici və daxili fəaliyyət mühitini dərinlən təhlil etmək, bu sahədə yaranmış problemləri aydınlaşdırmaq və aradan qaldırmaq lazımdır. Nəzərə alsaq ki, qiymət artımı xüsusi əlamətdar günlərdə müşahidə olunur, belə olan halda, həmin günlərdə istehsalçı bazardakı malların digər günlərə nisbətən yüksək olduğu görünəndə məyus olur. Məhz bu baxımdan, iqtisadi rifahın yüksəldilmiş məqsədi ilə istehlak bazarının fəaliyyətinin səmərəliliyin öyrənilməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır. [6, səh. 135]

Azərbaycanda istehlak xərclərinin strukturunda 2017-ci il üzrə isə tamamilə fərqli bir mənzərədir. Ərzaq məhsullarına çəkilən xərclər Avropada 13,4%-ə qarşı Azərbaycanda 54,7% və ya istirahət və mədəniyyət xərcləri 11,1%-ə qarşı - 3,4% olması əhalinin pul gəlirlərindəki kəskin fərqlə izah olunur. Ölkə ərazisində 2012 -2017 ci illər ərzində sənaye istehsalının artımı əsasən hasilat sənayesinin hesabına baş verdiyindən, bu illər ərzində sənayedə ciddi struktur dəyişikliyi baş verməmişdir. Buna baxmayaraq istehlak malları istehsalı ilə məşğul olan ayrı-ayrı sənaye məhsulu ərzaq məhsullarında müəyyən irəliləyiş olmuşdur. Belə ki, təmizlənmiş düyü ehtiyatları 2017 – ci ildə 11127 ton artmışdır ki, bu da ötən ilə nisbətən 12.5 % artım deməkdir [7].

İstehlak bazarının kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ətraflı tədqiq olunarkən bir sıra problemlərin olduğu şahidi olur. Bu maneələrin aradan qaldırılması üçün, əsas diqqəti ayrı-ayrı istehlak bazarı yarım sistemlərinin inkişafına yönəldilməsi məsələnin müsbət həll olunmasına zəmin yaradır. Bu yarım sistemlərə sənaye və kənd təsərrüfatı sahələri aid edilir. Azərbaycanda istehlak bazarının fəaliyyət potensialının inkişaf meyarlarının təmin edilməsi üçün, bazar aşağıdakı meyarlara nəzərə alınması lazımdır:

- istehlakçının özünün tələbini, onun psixologiyasını, hazırkı şəraitdə hansı əmtəə və xidmətlərə üstünlük verdiyini bilməli;
- məhsulların seçilməsi zamanı hansı sosial-psixoloji və iqtisadi amillərə əsaslandığını dəqiqləşdirməli;
- istehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsində topdansaş əmtəə bazarının inkişafına üstünlüyün verilməsi;
- təkrar istehsal prosesində satıcı və alıcının mövqeyi baxımından nəzərdən keçirilərək, istehlak bazarının hərtərəfli nəzərdən keçirilməsini təmin etməlidir.

Yuxarıda sadə məsələlər dünya təcrübəsini nəzərə alınmaqla, bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsində topdansaş əmtəə bazarının da elmi prizmadan öyrənilməsi mühüm əhəmiyyət daşıyır.

İstehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsində topdansaş əmtəə bazarının səmərəli idarə olunması meyarları

Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarı cəmiyyətin sosial inkişaf səviyyəsinin inkişafında mühüm rol oynayaraq, əhalinin həyatı vacib problemlərinin həllində çoxcəhətli funksiyaları yerinə yetirir. İstehlak malları bazasında səmərəliliyin təmin olunmasında istehlakçıların alıcılıq qabiliyyəti əhəmiyyətli roludur.

1991-ci ildə Sovet İttifaqının süqutu və dövlət müstəqilliyinin bərpasından sonra, Azərbaycan Respublikasında istehsalın kəskin aşağı düşməsi, inflyasiyanın yüksəlməsi, tələbin aşağı səviyyəsi ilə xarakterizə olunan qeyri-sabit iqtisadi şərait yaranmışdı. Bu onu deməyə əsas verir ki, əhalinin həyat səviyyəsi birbaşa olaraq gəlirlərdən asılıdır. Əhali gəlirlərinin artırılması, alıcılıq qabiliyyətinin artması deməkdir. Əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsini istehlakçı bazarlarında müşahidə etmək olar. Belə bir vəziyyət əhalinin ailə büdcəsi deformasiyaya uğramasına, bu da əhalinin təbəqələşmə prosesini xeyli güclənməsinə səbəb olmuşdur.

Bu baxımdan, praktiki cəhətdən əhalinin sosial müdafiəsi ilə yanaşı istehlak bazarın səmərəli

fəaliyyətinin təmin edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Sosial güzəştlərin ləğvi, onların kompensasiya ilə əvəz edilməsi sosial müdafiə və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilir. Bu sahənin inkişafında, sosial müdafiə mexanizmləri yeni iş yerləri, təminat sistemi və kredit vasitəsi ilə sahibkarlığın inkişafı istiqamətində həll olunur. Əmək haqqı, pensiya təminatı, müavinətlər, yardımlar və birbaşa ödəmələr rifahın maliyyə formasıdır. Hər bir daxil olmalar cari gəlirlərin mənbəyi və alıcılıq qabiliyyətinin əsasını təşkil edir [2, səh 34-35].

İstehlak malları və xidmətlərinin bilavasitə bazarları, yəni topdansaş bazar, pərakəndə ticarət bazarı, iaşə bazarı, xidmət bazarı tədqiq olunması ilə yanaşı mallar və xidmətlərin istehlak bazarları (daxili və xarici bazar, ərzaq və qeyri-ərzaq bazarları) formalaşdıran əmtəə bazarlarının yaranmış problemlərinə kompleks yanaşılmalıdır. Bu baxımdan yaranan problemlərin aradan qaldırılması daha asan və çevik olar.

Bazar münasibətlərinə keçid zamanı, sovet məkanında fəaliyyət göstərən topdansaş ticarətin bütün sahələri tamamilə ləğv olunmuş, yeniləri isə hələ yaradılmadığından, yaranan problemlərdən bir də il ərzində böyük miqdarda ərzaq və qeyri ərzaq mal ehtiyatları toplanması olmuşdur. Məhz bu problem, topdansaş ticarətin idarə edilməsinin təşkil olunmuş sisteminin yaradılmasını obyektiv zəruriliyyətə çevirmişdir. Xarici təcrübə göstərir ki, problemi həll etmək üçün, topdansaş bazara ən yaxşı yolların tapılması məsələsinin həllinə köməklik göstərilməsi məqsədi ilə bazarın elektron şəbəkəsinin xəritəsini işləyib hazırlamaq lazımdır.

Bu ona əsas verir ki, topdansaş əmtəə bazarına daxil olan mal göndərişi kanalları təyin etməklə, bu mərhələdə həm cari, həm də potensial mümkün olan marşrutları müəyyən etməyə köməklik göstərmiş olar. Burada ən çətin məsələlərdən biri – bu kanalların dinamikasını başa düşməklə, fəaliyyət göstərdikləri «ərazilərini» müəyyən etsək olar. İkinci mərhələdə isə, işlənilib hazırlanmış plan əsasən, milli sahələr arası topdansaş müəssisələri formalaşdırmaq lazımdır. Bu zaman müasir informasiya - kommunikasiya texnologiyalarını elektron ticarət şəklində formalaşdırmaq məqsədəuyğundur.

Cədvəl 1-dən göründüyü kimi hüquqi şəxslər üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi, 2016 – cı ilə nisbətən, 2017 – ci ildə 0.19 % artmışdır. Pərakəndə ticarət dövriyyəsi fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi 0.15 % arım olmuşdur. 2016 – cı ilə nisbətən, 2017 – ci ildə hüquqi şəxslər üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi 0.03 % artım olduğu halda, fərdi sahibkarlar və əmtəə bazarları üzrə 0.01 % azalma müşahidə olunmuşdur. 2015 – ci ilə nisbətən 2017 ci ildə hüquqi şəxslər üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2705. 9 milyon manat, 2014- cü ilə nisbətən 3252.9 milyon manat artmışdır. Hüquqi şəxslər üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi, 2010- cu ilə nisbətən, 2017 – ci ildə 5756.1 milyon manat artmışdır. Fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi, 2010 – cu ilə nisbətən 2017 – ci ildə 21145.8 milyon manat artım təşkil etmişdir. Fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi 2010 – cu ilə nisbətən 2017 - ci ildə 5.7 % artmışdır. Hüquqi şəxslər əmtəə bazarları üzrə, pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi özəl sektorda 5.7 % azalmışdır. Fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artması ölkə ərazisində özəl sahənin inkişaf etdiyinin göstəricisidir.

Cədvəl № 1.

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin hüquqi və fiziki şəxslər üzrə həcmi [7]

	Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmi, milyon manatla		Pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və ödənişli xidmətlərin ümumi həcmində, faizlə	
	hüquqi şəxslər üzrə	fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə	hüquqi şəxslər üzrə	fərdi sahibkarlar, əmtəə bazarları üzrə
2010	5697.9	12706.1	31.0	69.0
2011	6510.7	12706.1	29.9	70.1
2012	6971.1	15267.2	29.0	71.0
2013	7612.3	19371.0	28.2	71.8
2014	8201.1	21773.0	27.4	72.6
2015	8748.1	25547.0	25.5	74.5
2016	9656.1	29559.9	24.6	75.4
2017	11454.0	33851.9	25.3	74.7

Nəzərə alsaq ki, istehlak bazarının formalaşması pərakəndə ticarətin hesabına tamamlanır. O zaman, bu sahədə özəl sektorlar üçün geniş imkanlar yaradılması məqsədə uyğun olardı. Pərakəndə satışın fərqli xüsusiyyəti burada iqtisadi məsələlərin tədqiqi ilə yanaşı, əhəlinin sosial problemlərinin həll ediləməsində müstəsna əhəmiyyət daşıyacağını ehtimal etmək olar. Belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, istehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin olunmasında iaşə xidmətlərinin inkişafında özəl sahələrin inkişafına daha çox üstünlük verilməsi məqsədə uyğun olardı.

İstehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin olunmasında iaşə xidmətlərinin inkişafının zəruriliyi

İstehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin olunmasında iaşə xidmət sahələrinin inkişafı aktual məsələlərdən hesab olunmaqdadır. İstehlak bazarının fəaliyyətində iaşə xidməti sferası iqtisadiyyatın spesifik sahəsi olmaqla, həm maddi istehsal, həm tədavül sferası və həm də istehlak sahəsinə aid edilir. Mallardan fərqli olaraq, xidmətlər müasir dövrün tələbləri baxımdan daha sürətlə dəyişikliyə məruz qalırlar. Onda belə bir nəticəyə gələrik ki, istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin təmin olunması üçün, məişət və iaşə xidməti (o cümlədən pullu xidmətlər) bir yerdə tədqiq olunmalıdır.

Göründüyü kimi iaşə xidməti sferası daha genişdir. İaşə xidməti sferasında maddi istehsalın digər sahələrindən fərqli olaraq, istehsal prosesi, satış, istehlakın təşkili və xidmət həyata keçirilir və bunlar da faktiki olaraq həm zaman, həm də istehsal vaxtı üzrə üst-üstə düşürlər. Müasir şəraitdə bu

sahənin əsas göstəricisi dəyişilmiş və ictimai iaşənin mal dövriyyəsi yerinə iaşə xidmətinin mal dövriyyəsi ifadəsi yaradılmışdır. Azərbaycan Respublikasında son dövrlər istehlak bazarında pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin həcmi artmışdır.[Cədvəl № 2]

Cədvəldən göründüyü kimi, Respublikada istehlak bazarında ictimai iaşə və əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin həcmi 2016 – cı ilə nisbətən 2017 –ci ildə 16% artmışdır. Bu da ötən ilin göstəricindən 6090.4 milyon manat çoxdur. İstehlak bazarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2010 – cu ilə nisbətən 2017 – ci ildə 26902 milyon manat artmışdır.

İstehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsində topdansaşış əmtəə bazarının səmərəli idarə olunması meyarları tədqiq edərək, istehlak malları və xidmətləri bazarının inkişafının proqnozlaşdırılması zəruriliyi aydın görünür. Belə ki, istehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsində bu bazarı təhlil edərək, zənnimizcə, onun proqnozlaşdırması da həyata keçirilməlidir.

Cədvəl № 2
İstehlak bazarında pərakəndə ticarət dövriyyəsi, ictimai iaşə və əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin həcmi, milyon manat [7]

	İstehlak bazarı-cəmi	o cümlədən:		
		Pərakəndə ticarət	İctimai iaşə	Ödənişli xidmətlər
2010	18404.0	13261.7	417.8	4724.5
2011	21778.2	15880.3	565.5	5332.4
2012	24067.2	17559.1	680.0	5828.1
2013	26983.3	19655.9	800.1	6527.3
2014	29974.1	22001.7	956.0	7016.4
2015	34295.1	25721.1	1111.2	7462.8
2016	39215.5	30190.3	1215.4	7809.8
2017	45305.9	35268.1	1401.8	8636.0

İstehlak malları və xidmətləri bazarının inkişafının proqnozlaşdırılması

İstehlak malları və xidmətləri bazarının inkişafının proqnozlaşdırılması ilk növbədə, həm makroiqtisadi, həm də makroiqtisadi səviyyəsini qiymətləndirməsinə əsaslanır. Buraya pərakəndə mal dövriyyəsinin məsələləri, istehlak seçiminin strateji idarəedilməsi, ayrı-ayrı strateji təsərrüfatçılıq zonalarının proqnoz qiymətləndirilməsi və s. aid edilə bilər.

Fikrimizcə, istehlak malları və xidmətləri bazarının inkişafının proqnozlaşdırması zamanı, perspektivlərinin müəyyən olunması üçün, aşağıdakı istiqamətlərə sistemli yanaşmaq zəruridir:

- pərakəndə ticarət mal dövriyyəsi göstəricisi üzrə trend xəttinin və ayrı-ayrı dövr səviyyəsinin etibarlılıq intervalının proqnozu;

- bir sıra dövrlər üzrə trend xətti üçün, pərakəndə ticarət mal dövriyyəsi etibarlılıq intervalının proqnozu;

- istehlak mallarının strateji dəstinin idarəedilməsi iyerarxiyasında matrisanın tərtib olunması;

- ticarət subyektlərində lokal (yerli) üstünlükləri razılaşdırılma indekslərinin və razılaşdırma münasibətləri indekslərinin müəyyən olunması;

- mallar və xidmətlərin istehlak seçiminin effektivliyinin müəyyən olunması; büdcə məhdudiyyəti metodu ilə istehlak dəstinin hesablanması; istehlak mallarının tələbin ödənilməsində

payının müəyyən olunması;

- respublikanın regionları üzrə ticarət subyektlərinin strateji təsərrüfatçılıq zonalarının cəlbediciliyinin proqnoz qiymətləndirilməsi.

Yuxarıda qeyd olunan müddəalar istehlak bazarının səmərəli fəaliyyətinin təmin olunmasına kömək edir.

NƏTİCƏ

İstehlak bazarın səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi müasir dövrün əsas məsələlərindən biri olmaqla, müəssisə və təşkilatların informasiyaya tələbatını reallaşdırılması zəruri hala çevrilmişdir. Elektron informasiya müəssisənin fəaliyyət göstərməsi üçün, lazım olan informasiyanın əldə edilməsini asanlaşdırır. Məhz bu baxımdandır ki, informasiya sistemlərinə yönəldilən vəsait qoyuluşu müəssisələrin ümumi xərclərinin xeyli böyük hissəsini təşkil etdir. Bu sahədə həm xərclərin azaldılması, həm də alınmış informasiyadan istifadənin səmərəsinin maksimal dərəcədə yüksəldilməsi tələb olunur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. İmanov T.İ. İstehlak vasitələri bazarı: problemlər və perspektivləri, (Monoqrafiya). Bakı - 2008. İqtisad Universiteti "Nəşriyyatı". Səh 341.
2. Əlirzayeva T.Ə., Əlirzayev Ə.Q. Əhalinin gəlirləri və istehlakının maliyyə mexanizmləri. Bakı: «Elm», 2007. — 248 s.
3. Musayev İ. K., Əlizadə M.N., Mahmudov A.B. "Elektron biznes, Bakı – 2016, "MSVNƏŞR" nəşriyyatı, Dərslik, şəkilli, 200 səhifə.
4. "İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1996.
5. "Elektron ticarət haqqında" AR Qanunu, Bakı, 2005.
6. N. Gregory Mankiw, "Principles of Microeconomics", 2009, 2007 South-Western, a part of Cengage Learning, p. 545. www.ichapters.com
7. <https://www.stat.gov.az/>

Исмаилов В.А. Докторант

**Азербайджанский Государственный
Экономический Университет**

Критерии эффективной деятельности потребительского рынка

Резюме

В статье представлены перспективы развития эффективного функционирования потребительского рынка в Азербайджанской Республике.

Это тема очень актуально и в статье проблемы и перспективы потребительского рынка широко комментируются. В то же время, изучается современная активность потребительского рынка в Азербайджанской экономике. Показаны пути эффективного функционирования потребительского рынка. Из мирового опыта известно, что правильное регулирование потребительского рынка является одним из основных критериев социально-экономического развития. Поэтому с точки зрения требований современной эпохи тема актуальна. Привлекают внимание интересные сравнения. Автор показал в статье проблемы и их решение, препятствующие эффективному функционированию потребительского рынка в Азербайджане.

Ключевые слова: потребительский рынок, потребительские товары и услуги, товарный рынок, товаропроизводители, сфера торговли, импорт товаров, потребительские услуги, структура спроса и предложения.

**Ismailov V.A., doctoral candidate
Azerbaijan State Economic University**

Criteria of effective activity of the consumer market

Summary

The article presents the prospects for the development of effective functioning of the consumer market in the Republic of Azerbaijan. This topic is very relevant and in the article the problems and prospects of the consumer market are widely commented. At the same time, the current activity of the consumer market in the Azerbaijani economy is being studied. The ways of effective functioning of the consumer market are shown. From world experience it is known that the correct regulation of the consumer market is one of the main criteria for socio-economic development. Therefore, in terms of the requirements of the modern era, the topic is relevant. Interesting comparisons attract attention. The author showed in the article the problems and their solution, which impede the effective functioning of the consumer market in Azerbaijan.

Key words: consumer market, consumer services, commodity market, commodity producers, trade import, consumer services, supply and demand structure.

Daxil olub: 19.06.2019